



Diego
Ignacio
Montenegro

Consultant - Speaker



ECONOMÍA COLABORATIVA: NEO-HIPPISMO O CORPORACIONES HAMBRIENTAS.

Los hippies, aquellos íconos aparecidos en la década de los sesenta optaron por un estilo en donde la propiedad de las cosas, como el lugar donde vivían, las mascotas o la huerta que les alimentaba, era propiedad de todos. Su modo de vida basado en un amplio concepto de libertad, los convertía en nómadas en una búsqueda de felicidad con cosas sencillas e intensas como la música, la contemplación del universo o la conversación grupal. El cuidado y crianza de los niños también pasaba a ser compartido por muchos “padres” del grupo.

Los hippies, sin lugar a duda, se establecieron como una tribu que variaba entre un ambiente urbano y rural con emociones, valores y creencias profundas. Alcanzaron respeto por unos, siendo rechazados sistemáticamente por muchos. Los hippies fueron protagonistas activos de una época llena de desconcierto y cambios, supieron hacer sentir su propuesta pacífica en medio de un mundo convulsionado por el racismo, la violencia y la “guerra fría”.

Los hippies eran un claro ejemplo de uso común de las cosas y colaboración hace más de cincuenta años. Si bien es cierto siempre estuvieron alejados de la tecnología, ya sea por convicción o falta de acceso, su actuar conjunto se parece mucho a lo que hoy en día se hace de manera cotidiana desde un teléfono móvil. La economía colaborativa con el “poder del individuo”, nos invade por todas partes a través de plataformas tecnológicas con la promesa de generar relaciones y no sólo transacciones vacías. O al menos eso nos han hecho creer durante los últimos años de ascenso de este nuevo estilo de ver la vida.

Ahora, dentro de la cuarta revolución industrial con impresoras 4D, inteligencia artificial, algoritmos, nanotecnología o biotecnología; las personas comparten habitaciones en destinos turísticos, comidas caseras en casa de su vecino, vehículos, espacios para trabajar, alquiler de herramientas o limpieza de la casa. Empresas como *Airbnb*, *Uber*, *NeighborGoods*, *1000 Tools*, *PivotDesk* o *BlablaCar* se han convertido en referentes del neo-hippismo. ¿Pero cuál es la diferencia con un hospital, una cooperativa de crédito, una escuela o la ciudad de Buenos Aires? Las organizaciones de la economía compartida están amparadas en un sistema de colaboración simple y rápido, son compañías tecnológicas centradas en internet que aprovecharon la transformación digital para juntar a personas con servicios que tradicionalmente provocaron baja percepción de experiencia, ¿Pero su objetivo es virtuoso, independientemente del pago?



Quito - Ecuador
+593 98 4909393
diegoignacio@emotionsharecorp.com
www.diegoignaciomontenegro.com

“La rebeldía de querer ir contra-corriente, se llama genialidad”



Diego
Ignacio
Montenegro

Consultant – Speaker

Las empresas de la economía colaborativa están altamente financiadas a través de capital de riesgo. *Jeff Bezos*, por ejemplo, es un inversor de algunas de ellas. Su crecimiento trata de ser exponencial, lo que les obliga también a monetizar fuertemente para conseguir rentabilidad por la presión de los inversionistas. Tienen pocos años en el mercado y su valor se cuenta no en millones sino en billones de dólares. *Uber* (que un principio se negaba a ser considerada una empresa de la economía colaborativa), terminó el 2018 con un valor superior a los setenta billones de dólares. *Morgan Stanley* considera que ese valor podría llegar incluso a los ciento veinte billones de dólares.

A pesar de que los antiguos hippies y los neo-hippies de la economía colaborativa comparten el mismo sentido comunitario, su desafío es diferente. Los hippies claramente tenían un objetivo, una causa por la que pelear: el sistema social impuesto y el consumismo. El contexto era ideal para que crezca el movimiento: una guerra donde morían a diario muchos jóvenes que provocó una actitud contestataria contra las instituciones, la lucha por la igualdad de la mujer y otros derechos civiles; pero siempre centrados en el concepto de “paz”. Lo que se conocía como el movimiento de contracultura.

Las organizaciones de la economía colaborativa han sabido diseñar un modelo de negocio atractivo y ganador: juntar a personas que tiene algo que aparentemente les sobra o está subutilizado con personas que necesitan recibir servicios instantáneos. Este mercado de doble lado, aprovechando los recursos de otros, es clave de su éxito e impresionante crecimiento.

Airbnb utiliza los departamentos o viviendas de terceros; dejaron a un lado el concepto “habitaciones compartidas” para ofrecer casas completas de alquiler. *Uber* hace uso de automóviles de particulares. *WAZE* tiene a auténticos sensores humanos levantando información en las vías en tiempo real. Lo mejor de este modelo (o lo peor), es que todos los hacen voluntariamente y son felices compartiendo su propiedad (ya sea un espacio físico, un bien o tiempo). El modelo está hecho para ser exitoso por varios factores: un pago de por medio, una potente maquinaria de testimoniales con gratificantes historias tecnológicas contadas por “gente normal”, que hace pensar que se conoce al conductor o al dueño de casa desde siempre con una sensación permanente de seguridad (que es el insight más valorado por los seres humanos); y, sobre todo, se pide “on demand” con tan solo un click.

Este vínculo emocional logrado por las empresas de la economía colaborativa es tan o más fuerte que el que mantenía unidos a los hippies originales. Defendemos las plataformas de alquiler de autos contra los taxis, hablamos de “turismo comunitario” porque llegamos a la vivienda de alguien en el “París profundo”; somos felices sentados en un auto junto con personas que piensan (o no) como nosotros; y alimentamos con compra, re-compra y recomendaciones la evolución de estas grandes empresas.

Al convertir a la economía colaborativa en parte de lo cotidiano, simplemente su uso es el nuevo estándar. No importa que atrás puedan existir prácticas ilegales o al menos dudosas. Ni siquiera a las personas que prestan sus bienes, tiempo y trabajo les importa. Ganan un dinero extra en su espacio libre de la universidad o aprovechan las habitaciones vacías cuando los hijos se han marchado. Bienvenido a la era del neo-hippismo con corporaciones hambrientas que encantan.



Quito - Ecuador
+593 98 4909393
diegoignacio@emotionsharecorp.com
www.diegoignaciomontenegro.com

“La rebeldía de querer ir contra-corriente, se llama genialidad”